



北京大学艺术学文丛

PEKING UNIVERSITY SERIES OF ARTS

总主编 王一川

文化的流向

发展文化产业学论稿

向勇 著

The Flow of Culture

Development of Cultural Industries

本书收录了作者近年来发表的论文共计 25 篇，分为文化产业学的新常态、文化产业政策的新走向、文化产业的新迷思和文化产业的新实践四个部分。这些文章探讨了在新的历史时期，作为社会进步的可持续资源，文化已经日益流向品质创新、公共治理、产业升级和经济转型的发展事实。作者力图对中国文化产业发展历程进行一种阶段性的学术总结，提出了“发展文化产业学”这一理论范式。这既是对发展中国家在经济社会进入新常态之后的理论上的自觉回应，也为我国文化产业理论研究提供了一种新的学术视野。



中国文联出版社

<http://www.clapnet.cn>



北京大学艺术学文丛

PEKING UNIVERSITY SERIES OF ARTS

总主编 王一川

文化的流向

发展文化产业学论稿

向 勇 著



中国文联出版社

<http://www.clapnet.cn>

图书在版编目 (CIP) 数据

文化的流向 : 发展文化产业学论稿 / 向勇著 . -- 北京 :

中国文联出版社 , 2016.10

(北京大学艺术学文丛)

ISBN 978-7-5190-2218-1

I . ①文… II . ①向… III . ①文化产业—中国—文集

IV . ① G124-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 239274 号

文化的流向 : 发展文化产业学论稿

著 者: 向 勇

出 版 人: 朱 庆

终 审 人: 奚耀华

复 审 人: 曹艺凡

责任编辑: 邓友女 冯 巍

责任校对: 陈春红

封面设计: 马庆晓

责任印制: 陈 晨

出版发行: 中国文联出版社

地 址: 北京市朝阳区农展馆南里 10 号, 100125

电 话: 010-85923069 (咨询) 85923000 (编务) 85923020 (邮购)

传 真: 010-85923000 (总编室) , 010-85923020 (发行部)

网 址: <http://www.clapnet.cn>

<http://www.claplus.cn>

E - mail: clap@clapnet.cn

fengw@clapnet.cn

印 刷: 北京一二零一印刷厂

装 订: 北京一二零一印刷厂

法律顾问: 北京天驰君泰律师事务所徐波律师

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 710 × 1000

1/16

字 数: 321 千字

印 张: 20.25

版 次: 2016 年 10 月第 1 版

印 次: 2016 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5190-2218-1

定 价: 61.00 元

《北京大学艺术学文丛》编委会

顾 问

叶 朗

总主编

王一川

主 编

陈旭光 彭 锋 唐金楠

编委会

(按姓氏笔画)

丁 宁 王一川 向 勇 刘 晨 陈旭光 李 松

李 洋 李道新 林 一 周映辰 侯锡瑾 唐金楠

顾春芳 翁剑青 彭 锋

总序

王一川

现在启动北京大学艺术学研究书系，正当其时。从蔡元培先生于1917年1月初就任北京大学校长并锐意推进现代艺术专业教育和美育时算起至今，北大艺术学科传统已有近百载的历史了。同时，从1997年建立艺术学系至今，全面恢复的北大艺术学科也已发展近20年。而艺术学系于2006年扩展为如今的艺术学院，恰好也已10周年。如此，置身于北大深厚的人文传统之中，依托自身的丰硕的学术积累，我们北大艺术学院师生得以将自己的学术研究、教学研究及个人成长等诸多收获，以专著、教材、论文自选集、习作、感言等多种方式凝聚和集中起来，与学界同仁交流。这正是本书系的由来。而值此书系出版启动之际，有必要就我们现有的艺术学学科及研究状况作简要介绍。

今天的北大艺术学科，已获准建设由三个一级学科组成的学科群，即艺术学理论、戏剧与影视学和美术学。而音乐与舞蹈学也在筹建之中。在这个学科群布局中，艺术学理论学科处于核心位置，体现了如今北大艺术学科的基本任务和有别于专业艺术院校艺术学科的独特特色——以艺术史论研究为重心，力求以“理”服人。这里的艺术史论研究为重心，是指跨越各个艺术门类界限的一般艺术史和一般艺术理论研究成为学科的基石和导引；“理”，既可指这种艺术史及艺术理论史之学理，也可指这种艺术理论与批评之理论性品格，当然还可理解为当前越来越引人注目的跨学科艺术学研究之综合性理论交融特点。从蔡元培的“美育”论、朱光潜的“美感”及“人生艺术化”论、宗白华的“意境”论、冯友兰的“心赏”论，到学院名誉院长叶朗先生的“美在意象”论等，北大艺术学人都力求在艺术理论和艺术史研究及相关领域形成独特建树、凝聚为自身的理论特色。

这种以“理”服人的学术特色已成为北大艺术学科的一个长期坚持不懈的学术追求。今天，我们已经与艺术学理论学科一道同时建立起戏剧与影视学和美术学两个一级学科硕士点，以及筹建音乐与舞蹈学学科点，拓宽学科建设路径，保持学科发展的必要的宽厚度，以及在社会发展和文化传承中有所创意和建树的现实关怀愿望，但这种以艺术史和艺术理论成果之理论性品格去自立于全国艺术学科之林的鲜明学术特色，依旧是本院学科建设的重心和各方努力的焦点之所在。

从学科耕耘方式来看，北大所注重的艺术理论可以同时多个层面展开：一是对各艺术门类之间的共通性或普遍性艺术问题的综合性研究，例如艺术的定义、艺术价值、艺术形式、艺术风格、艺术思潮、艺术流派等研究；二是对各艺术门类自身的理论问题及两个以上艺术门类的理论问题的比较研究或综合研究，如音乐理论、舞蹈理论、戏剧理论、电影理论、电视艺术理论、美术理论、设计理论等研究，以及有待开拓的音乐与舞蹈理论比较、戏剧与电影理论比较、美术与设计理论比较等研究；三是对艺术学与其他人文社会学科的跨学科交叉研究，如艺术哲学、艺术美学、艺术教育、艺术心理学、艺术语言学、艺术符号学、艺术社会学、艺术人类学、艺术传播学、艺术管理学、艺术经济学（或审美经济学）等。这些层面的研究虽各有不同，但都可包容在艺术理论问题域之中。

艺术史在艺术学理论学科中堪称有开阔的拓展空间的学科领域。它同样也可以分两个层面去开拓：一个层面是跨越各艺术门类之间的界限的带有共通性、普遍性、交融性或综合性特点的艺术史，如音乐史与舞蹈史比较、戏剧史与电影史比较等。晚清刘熙载的《艺概》把诗歌、书法等多门艺术包容其中，今人李泽厚的《美的历程》则涉及彩陶、青铜器、书法、绘画、园林、文学、戏曲、建筑等多个艺术门类现象。另一个层面则是一个具体的艺术门类之中的艺术史研究，如音乐史、舞蹈史、戏剧史、电影史、电视艺术史、美术史、设计史等研究，张彦远的《历代名画记》主要论及绘画艺术这一种艺术门类的现象。就这两个层面的情形来看，尽管《艺概》和《美的历程》已具有艺术史上的某种经典地位，但与第二层面的艺术史成就如数家珍般列举相比，第一层面的艺术史成果囿于多重原因，却难免乏善可陈，还有待于大力开拓和精心耕耘才是。

艺术批评同艺术理论和艺术史的情形差不多，也可以从两个层面去

入手：一是跨越各艺术门类之间的界限的带有共通性、普遍性、交融性或综合性的艺术批评，如通常说的艺术批评的原则、标准、鉴赏、方法、流派、观众、素养及艺术批评家等；二是专门针对一个具体艺术门类现象而从事的艺术批评，如音乐批评、戏剧批评、电影批评、电视艺术批评、美术批评、设计批评等。

艺术管理与文化产业也是我们的艺术学理论学科中富有特色的学科分支之一。这是一个顺应艺术产业或文化产业的兴盛而新近发展的学科领域，它把艺术管理、艺术经营、艺术生产、艺术消费、艺术市场、文化产业或文化创意产业、艺术政策、艺术经济（或审美经济）等作为自己的主要研究领域，既涉及个体的艺术创造与企业的艺术生产、精神劳动与产品制造、审美价值与实用价值、想象力的自由游戏与产品的批量开发和营销等问题，也关注艺术品创作和鉴赏与实际生活美化之间的关系。

除以上领域外，艺术创作、艺术教育或美育、艺术实践等也是学院艺术学科研究的当然领域。

本书系拟由学术专著、研究文集、教材、教学心得、课程习作、成长感言等若干系列组成，根据学科发展需要，分系列并陆续编撰、出版。

北大艺术学科尚在持续开拓中，诚望各界朋友予以继续扶持。

是为序。

2016年4月21日于北大

目 录

第一辑 文化产业学的新常态

- 3 / 发展文化产业学论纲
- 19 / 文化企业的商业价值与艺术价值的悖论反思
- 30 / 文化产业融合战略：一源多用与全产业链
- 38 / 世界金融危机与中国文化产业机遇
- 57 / 中国对外文化贸易的发展与特点
- 72 / 我国文化产业的海外推广现状与问题
- 80 / 创意城市的概念和产生背景

第二辑 文化产业政策的新走向

- 89 / 治文化之痛 扬产业之利
——《网络游戏管理暂行办法》的治理之道
- 94 / 公共文化服务绩效评估的模型研究与政策建议
- 103 / “一带一路”格局中的文化战略问题
- 115 / 新常态下定州文化产业发展的转型与升级
- 120 / 基于新都市主义的北京文化立市战略内涵探析

第三辑 文化产业的新迷思

- 131 / 我国文化企业版权质押融资模式研究
- 152 / 工艺美术品的价值转换与商业模式策略探究
——兼评国际工艺品牌法蓝瓷的商业创新模式
- 160 / 中国艺术品金融化模式研究
- 176 / 数字时代中国互联网版权问题初探
- 192 / 我国电影网络院线发展模式研究
——基于“2011 电影网络院线发行联盟”分析
- 202 / 新时期两岸文化产业合作机制探索研究

第四辑 文化产业的新实践

- 213 / 文化产业创意经理人创意领导力研究
——基于海峡两岸文化产业的案例分析
- 225 / 电影类型与受众接受
——2012 电影受众接受实证研究
- 243 / “营销”与“口碑”
——2011—2012 中国受众动画电影消费实证研究
- 264 / 文化和科技融合语境下的科技园区转型路径
——以中关村科技园为例
- 278 / 文化产业园区理想模型与“曲江模式”分析
- 288 / 从跨文化传播视角探析中国传统表演艺术的海外推广
——基于“汉唐乐府”的个案研究
- 298 / 中国音乐剧驻演百老汇策略研究
——基于韩国功夫喜剧《功夫世家 JUMP》的比较

308 / 后 记

CONTENTS

Part I The New Normal of Cultural Industries

- 3 / The Outline for Developing Cultural Industries
- 19 / Paradox Reflection on Cultural Enterprises' Commercial Value and Artistic Value
- 30 / Cultural Industries Convergence Strategies: One Source Multi Use and Whole
- 38 / Industry Value Chain World Financial Crisis and China Cultural Industries Opportunities
- 57 / Development and Characteristics of China International Culture Trade
- 72 / The Situation and Problem of China Cultural Industries Overseas Promotion
- 80 / The Theory and Practice of Creative City

Part II The New Trend of Cultural Industries Policy

- 89 / Beyond the Pain, Benefit from Industrial: Governance Way of Interim Measures for Online Games
- 94 / Public Cultural Service Performance Evaluation and Policy Recommendations
- 103 / Cultural Strategy of The Belt and Road Initiatives
- 115 / Transformation and Upgrading of Development of Cultural Industries in Ding Zhou Under the Background of the New Normal
- 120 / The Analyze on Strategic Content of Cultural Beijing Based on the New Urbanism

Part III The New Myth of Cultural Industries

- 131 / Copyright Pledge and Financing Model of China Cultural Enterprises
- 152 / Value Change and Business Model of Arts and Crafts:
The Business Model Innovation of Franz
- 160 / Research on Financial Model of Chinese Arts
- 176 / Research on the Protecting and Development of China's
Internet IP in Digital Era
- 192 / The Developmental Pattern of China Internet-based Cinema:
A Study Based on The Film Theatrical Distribution Network Alliance
- 202 / The Research on The Cooperation Mechanism of Crosses
Strait Cultural Industries in The New Period

Part IV The New Practice of Cultural Industries

- 213 / On the Originality Leadership of Handlers in Cultural
Industry Originality: A Study Based on the Cases of
Cultural Industry Between Mainland and Taiwan Straits
- 225 / Genres and Acceptance: An Empirical Study on the Movie
Audience in 2012
- 243 / Marketing and Reputation: An Empirical Study on the
Audiences of Animated Film Consumption in 2011 and 2012
- 264 / Transition Path of Science & Technology Park Under the
Background of Culture and Technology Convergence:
Taking Zhongguancun Technology Park as An Example
- 278 / Ideal Model of Cultural Industrial Park and the
Analysis on Qujiang Model
- 288 / Research on the Overseas Promotion of Traditional Chinese
Performing Arts from the Perspective of Intercultural
Communication: Based on the Case Analysis of Han Tang Yuefu
- 298 / The Strategy of China Musical Performs in Broadway:
A Comparison Study Based on Korean Kong Fu Comedy Jump

308 / Afterword



第一辑

文化产业学的新常态

发展文化产业学论纲

“发展文化产业学”是中国文化产业发展历程的一种阶段性的学术总结，是对发展中国家在经济社会进入新常态后的一种理论上的自觉回应。“发展文化产业学”是对“发展经济学”的学科范式的借用和超越，是发展经济学理论与文化产业学的范式融合。“发展文化产业学”强调新的历史时期的文化创意和符号意义，以推进传统农业、先进制造业和现代服务业的融合发展，实现文化重塑和经济转型。文化产业是一种文化产品的生产机制，是一系列的“艺术世界”，是一个复杂的艺术、商业和技术实践的混合物。^①在许多国家和地区，文化产业已经逐渐成为核心的、真正的经济活动的组成部分。文化产业是现代性^②的结果，也是现代性的推动力量之一，人类的现代性统一于物质现代性和文化现代性的逻辑反思与协同互动。经历了前现代的农业社会、现代的工业社会，人类社会的伟大转型正朝向于后现代的文化社会。

文化产业是实现文化传统的现代转换的主要方式之一，这种转换的根本目的是摆脱马尔库塞所谓“单向度的人”^③，要实现人的物质需求和精神需求的双重平衡，实现灵与肉、心与身的和合共生。“因为从根本上说，人不仅是社会的动物，不仅是政治的动物，不仅是会制造工具的动物，而且还是灵魂有灵魂的动物，是有精神生活和精神需求的动物，是一

① [英] 贾斯汀·奥康诺：《艺术与创意产业》，王斌、张良丛译，中央编译出版社 2013 年版，第 106 页。

② 从 5 世纪一个指涉“当下”和“现在”的相对语汇，到欧洲文艺复兴特别是 18 世纪，在地理大发现、工业革命、政治革命的形塑下，“现代化”作为一个不断扩张、调整和修正的历史进程，在过去五个世纪以来，成为全球社会演进的变迁模式，政治、经济、社会、文化等人类社会生活的各个层面，都统统被编织于“现代性”的宏大叙事的历史交响曲之中。参见单世联：《现代性与文化工业》，广东人民出版社 2011 年版。

③ [美] 赫伯特·马尔库塞：《单向度的人——发达工业社会意识形态研究》，刘继译，上海译文出版社 2008 年版。

种追求心灵自由即追求超越个体生命有限存在和有限意义的动物。”^①这种转换，呈现得更多的是一种产业的力量，一种市场的力量。马克思把物质生产和文化生产统一起来，认为物质生产创造经济财富，文化生产创造精神财富，“在异化范围内，全部人的活动迄今都是劳动也就是工业，就是自身异化的活动。”^②文化产业作为一种社会生产方式，在创造精神财富的同时，也在创造经济财富。因此，文化产业具有天然的双重属性——经济属性和文化属性，向社会贡献着双重效益——经济效益和社会效益。

越来越多的事实发现，人们的幸福感并不随着经济的发展和物质财富的增加而必然地同步提高。日本文化经济学者驮田井正提出了一个幸福公式，即人们的生活幸福度 = 文化力 × 经济力。在这里，“经济力”特指创造物质财富的能力；“文化力”指将物质财富转化为幸福感的能力，即通过尽可能少的物质牺牲获得尽可能大的幸福满足。因此，人们在追求幸福生活的过程中，采取两种活动：防卫性活动，即排除痛苦、追求舒适与便捷，其结果是滋生惰性、厌倦感，并且会常态化；创造性活动，即追求快乐、高兴的事，不会产生惰性与厌倦感。从历史上来看，文化力与经济力的关系存在以下五种假设：第一，文化力与经济力之间无任何关系，互不影响，这是古典经济学派对待文化的立场，比如，威廉·佩蒂认为“土地是财富之母”，强调以土地、矿产为代表的物质要素作为经济发展的基本动力；第二，经济力提高使得文化力提高，马克思主义学派认为以文化为代表的上层建筑由经济基础决定；第三，经济力提高使得文化力下降，全球化学者认为经济全球化也使得文化全球化，使得文化多样性逐渐降低；第四，文化力的提高使得经济力提高，马克思主义学派和人力资本学派认为文化可以让经济发生超常规效率；第五，文化力的提高使得经济力下降，文化主义学者认为幸福取决于文化与经济之间的函数，比如，不丹国王提出的国民幸福指数和联合国教科文组织提出的人文发展指数，正是对文化力发展指数的强调。^③

① 叶朗：《美学原理》，北京大学出版社2009年版，第23页。

② 《马克思恩格斯全集》第42卷，人民出版社2013年版，第127—128页。

③ [日]驮田井正、浦川康弘：《文化时代的经济学》，尹秀艳、王彦风译，经济科学出版社2013年版。

一个完整而系统的文化力发展指数正有待实践的检验，但至少包括以下四个层次：文化原创力、文化生产力、文化创新力和文化软实力，构成文化力的四大指标。文化力四大指标呈现为一个金字塔结构或靶环状结构，自上而下或由内向外分别为文化原创力、文化生产力、文化创新力和文化软实力，并相应地推动了文化在四个不同层面上的发展：文化原创力推进了文化艺术的繁荣发展，文化生产力推进了文化产业的快速发展，文化创新力推进了文化经济的持续发展，文化软实力推进了文化社会的融合发展。文化发展的四个面向是特定历史时期人类建构的一种系统的文化发展观，在实践中呼应了文化现代性的必然要求。

文化艺术强调文化的原创性和原真性，以文学美术、音乐舞蹈、戏曲戏剧等艺术形式为载体；文化产业强调复制性和商业性，推进“文化的产业化”，具有技术化的生产方式、规模化的生产效益、市场化的生产目的、企业化的生产主体和金融化的生产手段等文化生产的基本特点；文化经济强调文化资本、知识产权和符号价值等生产要素的投入，协同推进“文化的产业化”和“产业的文化化”，通过整合产业价值链和文化品牌的塑造来提升各个产业的附加价值；文化社会强调文化的外部效应和创意的溢出效益，实行生产、生态与生活的立体互动，园区与社区的双向融合，乡村、城镇与都市的全面耦合，以文化力和创意力改变我们的思维模式、生活方式、环境营造和社会治理。在这个金字塔或靶环状文化力结构中，文化产业作为文化生产力的表现形式，是其中关键的一层或一环。

一、文化产业的发展轨迹

对于文化产业发展的确切起源与历史分期，学术界基于不同的理论假说，存在几种不同的看法：

第一种是“精神生产决定论”。无论是上古时期的实用艺术还是原始宗教的装饰艺术，都是人类社会的一种精神生产。“实用艺术中精神劳动与物质劳动紧密结合，并统一于物质生产活动之中；而装饰艺术则主要是一种精神劳动，尽管它并没有与物质劳动相分离，但至少已独立于物

质生产活动之外。”“艺术商品化是和物质产品商品化几乎同时开始的”，到北宋时，中国的文化产业已经非常繁荣了。^①此种观点认为广泛意义上的文化产业伴随着人类社会生存、发展和繁衍的整个时期，东西方的上古时期即出现了文化产业的萌芽，将文化产业发展历程分为“元文化产业期”“前文化产业期”和“新兴文化产业期”。此种观点泛化了文化产业的发展历史，将精神生产现象等同于产业现象，将人类基本性的审美需求等同于超越性的审美需要。

第二种是“文化市场决定论”。产业由市场决定，文化产品若以市场为交换法则，出现赞助式的艺术创作或订单式的文化生产，文化产品转化为文化商品，即视为文化产业的诞生。据此推测，中国的文化产业大概起源于北宋至明代中期^②，而西方的文化产业大概起源于文艺复兴前期，源于中小工商业阶层的兴起。此种观点固然强调了文化产业的商品属性，但偶然性的商品交换无法证明大规模的商品市场的出现。

第三种是“文化技术决定论”。强调产业的重点在于标准化和规模化的生产特征，而只有先进技术的采用才能实现产业的规模效益，技术是推动文化资源转变为文化产业的必要条件。美国著名历史学家威廉·麦克高希（W.McGaughey）认为人类文明的界定以传播媒介为前提，“新的文化技术的相继引进标志着新的文明的开始”。文化技术（cultural technologies）不同于机械技术，前者与表达、交流思想、影像、文字、数字、精神感受与情感相关。他以文化技术为参考值，将世界史划分为表意文字（原始书写，开始于公元前4000年苏美尔人和古埃及人所刻划的表意符号）、音标字母（字母书写，开始于公元前1000年的中东、希腊和印度）、印刷技术（开始于15世纪中叶金属活字印刷术的发明）、电子影像（19世纪和20世纪由欧洲和美国的发明家开创），以及计算机和数字技术（开始于20世纪后半期）等五个时期，重新划定了世界文明史的分期。^③技术是文化成为产业的必要条件，文化成为产业是技术发展的结果，技术从来都是文化产业发展的关键要素之一。从某种意义上来说，

① 参见李向民：《中国文化产业史》，湖南文艺出版社2006年版，第2—9、170—210页。

② 参见李向民：《中国文化产业史》，湖南文艺出版社2006年版，第2—9、170—210页。

③ [美]威廉·麦克高希：《世界文明史：观察世界的新视角》，董建中、王大庆译，新华出版社2003年版。